



**ESIBE** ESCUELA  
IBEROAMERICANA  
DE POSTGRADO



**EUROINNOVA**  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION



# FORMACIÓN ONLINE

## Maestría Internacional en Información Turística



## ESIBE Formación Online



ESIBE se basa en una  
metodología  
completamente a la  
vanguardia educativa

### **SOBRE ESIBE**

ESIBE nace del afán por crear un punto de encuentro entre Europa, en concreto, España y Latinoamérica.

A raíz de este reto, desarrollamos una nueva oferta formativa, marcada por una metodología en línea y unos contenidos de gran calidad que te permitirán obtener los conocimientos que necesitas para especializarte en tu campo.

Además, hemos diseñado para ti un campus con la última tecnología en sistemas e-Learning que recoge todos los materiales que te serán útiles en tu adquisición de nuevas ideas.

Las Titulaciones acreditadas por ESIBE pueden certificarse con la Apostilla de La Haya (Certificación Oficial de Carácter Internacional que le da validez a las Titulaciones Oficiales en más de 160 países de todo el mundo).

Hemos reinventado la formación online, de manera que nuestro alumnado pueda ir superando de forma flexible cada una de las acciones formativas con las que contamos, en todas las áreas del saber y, con la garantía de aprender las habilidades y herramientas realmente demandados en el mercado laboral.

Nuestro centro forma parte del grupo educativo Euroinnova, líder en el sector de formación gracias a su contenido de calidad e innovadora metodología con 20 años de trayectoria. ESIBE cuenta con el respaldo de INESEM, reconocida escuela de negocios online y, Euroinnova, centro formativo con más de 300.000 alumnos de los cinco continentes. Además, ESIBE imparte formaciones avaladas por Universidades de prestigio internacional como Universidad Nebrija, Universidad Europea Miguel de Cervantes o Universidad E-Campus.

No somos solo una escuela, somos el lugar ideal donde formarte.

## Maestría Internacional en Información Turística



**DURACIÓN:**

600 horas



**MODALIDAD:**

Online



**PRECIO:**

A consultar

(Sujeto a política de becas)

**CENTRO DE FORMACIÓN:**

ESIBE

Escuela Iberoamericana de Postgrado



## Titulación

Titulación de Maestría Internacional en Información Turística con 600 horas expedida por Escuela Iberoamericana de Postgrado - ESIBE

Una vez finalizada la formación, el alumnado recibirá por parte de ESIBE vía correo postal, la titulación que acredita haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/máster, su duración, el nombre y DNI, el nivel de aprovechamiento que acredita la superación de las pruebas propuestas, las firmas del profesor y Director del centro, y los sellos de las instituciones que avalan la formación recibida (Euroinnova Formación, Instituto Europeo de Estudios Empresariales y Comisión Internacional para la Formación a Distancia de la UNESCO)



## Descripción

En la actualidad, en el mundo de la hostelería y el turismo, es muy importante conocer las diferentes promociones turísticas locales y la información al visitante. Por ello, con La presente Maestría en Operaciones de Promoción Turística Local e Información al Visitante se trata de aportar los conocimientos necesarios para la promoción y comercialización de productos y servicios turísticos locales.

## Objetivos

- Poner en práctica y evaluar distintas estrategias de comercialización de productos, servicios y destinos turísticos locales acordes con las características de los recursos y servicios turísticos del entorno. - Analizar las aplicaciones del marketing de servicios y su importancia para la creación y promoción de productos turísticos del entorno local. - Aplicar técnicas para el tratamiento de las solicitudes de información turística, quejas y reclamaciones que habitualmente se producen en centros o servicios de información turística y su resolución más adecuada. - Aplicar procedimientos de gestión de información, documentación y programas de actividades de modo que sirvan para alcanzar objetivos predeterminados. - Expresar a clientes y proveedores en inglés, mensajes orales fluidos, de complejidad media, en el ámbito del turismo, en situaciones de comunicación presencial o a distancia, con el objeto de prestar un servicio adecuado, conseguir la satisfacción del cliente, materializar las ventas e intercambiar información. - Producir en inglés, documentos escritos de complejidad media, correctos gramatical y ortográficamente, necesarios para el cumplimiento eficaz de su cometido y para garantizar los acuerdos propios de su actividad, utilizando un vocabulario amplio propio de su ámbito profesional. - Comunicarse oralmente con espontaneidad con uno o varios clientes o proveedores en inglés, en la prestación de servicios turísticos.

## A quién va dirigido

Esta Maestría en Operaciones de Promoción Turística Local e Información al Visitante a todas aquellas personas que se dedican al mundo de la hostelería y turismo, más concretamente a la promoción turística y que pretendan obtener conocimientos relacionados con la promoción y comercialización de productos

y servicios turísticos locales.

---

## Para qué te prepara

Esta Maestría en Operaciones de Promoción Turística Local e Información al Visitante le prepara para adquirir unos conocimientos específicos dentro del área desarrollando en el alumno unas capacidades para desenvolverse profesionalmente en el sector, y más concretamente en Operaciones de Promoción Turística Local e Información al Visitante

---

## Salidas Laborales

Hostelería y Turismo.

---

## Materiales Didácticos

El alumn@ recibe un email con las Claves de Acceso al CAMPUS VIRTUAL en el que va a poder acceder a todo el contenido didáctico, así como las evaluaciones, vídeos explicativos, etc. así como a contactar con el tutor en línea quien le va a ir resolviendo cualquier consulta o duda que le vaya surgiendo tanto por email, chat, foros, telefono, etc.



## Formas de Pago

- Tarjeta,
- Paypal

Otros: Otras formas de pago adaptadas a cada país a través de la plataforma de pago Ebanx.

Llama al teléfono

[\(+34\) 958 99 19 19](tel:+34958991919) e

infórmate de los pagos a

plazos sin intereses que hay

disponibles



## Financiación

En ESIBE, tu aprendizaje es lo más importante. Por eso, hemos desarrollado contenidos, así como una plataforma innovadora en sistemas e-Learning con la que trabajarás para adquirir tus nuevos conocimientos con el respaldo de nuestro claustro especializado en la materia. Te proporcionamos nociones imprescindibles para el desarrollo de la actividad de tu ámbito.

Nuestro objetivo es convertirte en un profesional altamente cualificado, capaz de desempeñar las tareas propias de un puesto de responsabilidad en el sector.

## Nuestra Metodología

En ESIBE, tu aprendizaje es lo más importante. Por eso, hemos desarrollado contenidos, así como una plataforma innovadora en sistemas e-Learning con la que trabajarás para adquirir tus nuevos conocimientos con el respaldo de nuestro claustro especializado en la materia. Te proporcionamos nociones imprescindibles para el desarrollo de la actividad de tu ámbito. Nuestro objetivo es convertirte en un profesional altamente cualificado, capaz de desempeñar las tareas propias de un puesto de responsabilidad en el sector.



## Redes Sociales

Síguenos en nuestras redes sociales y pasa a formar parte de nuestra gran comunidad educativa, donde podrás participar en foros de opinión, acceder a contenido de interés, compartir material didáctico e interactuar con otros/as alumnos/as, ex alumnos/as y profesores/as. Además, te enterarás antes que nadie de todas las promociones y becas mediante nuestras publicaciones, así como también podrás contactar directamente para obtener información o resolver tus dudas.





## Por qué estudiar en ESIBE



### Formación en Línea

Organiza tu propio tiempo.



### Apostilla de la Haya

Certifica tu titulación en países extranjeros.



### Calidad Europea

Formación especializada.



### Contenido Actualizado

Revisamos de forma continua nuestro temario.



### Campus Virtual

Plataforma con los últimos desarrollos del sector



### Amplia Oferta Formativa

Encuentra la formación que se adapta a ti.

## Valores ESIBE



### Compromiso

En ESIBE, nuestros alumnos son lo más importante y, desde que comiences tu formación con nosotros estaremos a tu lado para lograr tu máximo desarrollo profesional y personal.



### Excelencia

Nuestros contenidos son de máxima calidad, ofreciéndote una oportunidad única de formación y crecimiento que te llevará a alcanzar puestos de gran responsabilidad en tu sector.



### Unidad

Juntos, somos mucho más fuertes. Detrás de ESIBE hay un equipo multidisciplinar que suma sus fuerzas para conseguir sinergias que beneficien de forma directa a nuestros alumnos.



### Adaptabilidad

Queremos facilitarte tu aprendizaje, por esto, tú marcarás tu propio ritmo.



### Innovación

ESIBE se sustenta en una cultura con un carácter innovador diferenciado, promoviendo el desarrollo y uso de nuevas tecnologías para el estudio y aprendizaje.



### Flexibilidad

Tú tiempo es valioso para nosotros y, con el fin de que puedas compaginar tu formación, te proporcionamos la flexibilidad que necesitas, pudiendo realizar tu formación en cualquier momento del día.

## Acreditaciones y Reconocimientos



## Temario

# PARTE 1. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS LOCALES

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARKETING TURÍSTICO

1. Justificación de la necesidad del marketing en el marco del sector de hostelería y turismo
2. Marketing operacional y marketing mix en el sector de hostelería y turismo
3. Marketing vivencial, sensorial o experiencial
4. El proceso de segmentación de mercados y definición de público objetivo
5. Instrumentos de comunicación según tipo de producto turístico local: identidad corporativa, marca, publicidad, publicaciones, relaciones públicas, ferias turísticas, encuentros profesionales entre la oferta de productos turísticos y organizadores de viajes y/o medios de comunicación especializados, eventos dirigidos al consumidor final
6. Planificación, control de acciones de comunicación y organización de eventos promocionales
7. Plan de marketing. Viabilidad y plan de ejecución
8. Normativa reguladora de la comercialización de productos y marcas

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. PROYECTOS DE COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS LOCALES

1. Estrategias y canales de distribución
2. Ámbitos geográficos, públicos objetivos y acciones de comunicación adecuadas a diferentes productos y servicios

3. Instrumentos de comunicación para la canalización de acciones y estimación del grado de consecución de los objetivos previstos con la utilización de cada uno de tales instrumentos
4. Estimación de los costes, alcance y posibles resultados de las acciones definidas
5. Instrumentos y variables que permitan evaluar el grado de eficacia de las acciones comerciales programadas, en función del público objetivo receptor y del coste previsto

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL SISTEMA DE SERVUCIÓN EN EL SECTOR DE HOSTELERÍA Y TURISMO**

1. Elementos para una teoría de la servucción. Justificación e importancia de su uso
2. Peculiaridades de la aplicación del sistema de servucción para la creación y desarrollo de productos turísticos locales

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. UTILIZACIÓN DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN PARA LA PROMOCIÓN DEL DESTINO Y PARA LA CREACIÓN Y PROMOCIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS DEL ENTORNO LOCAL**

1. Webs y portales turísticos. Tipologías y funcionalidades
2. Alojamiento y posicionamiento de las páginas en la Red. Buscadores
3. Marketing y comercio electrónico en el ámbito turístico
4. Coste y rentabilidad de la distribución turística online

## **PARTE 2. ORGANIZACIÓN DEL SERVICIO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA LOCAL**

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL SERVICIO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA**

1. Objetivos generales del servicio de información turística
2. La información y atención al visitante como servicio turístico y herramienta de marketing del destino:
  - 1.- Información previa al viaje: promoción del destino y atención a las necesidades del viajero
  - 2.- Atención e información durante la estancia:
  - 3.- Atención e información directa
  - 4.- Información gratuita e información de pago
  - 5.- Coordinación con otros agentes turísticos del destino
  - 6.- Visitas guiadas. Tipología
  - 7.- Call centers
  - 8.- Centrales de reserva: comercialización del destino y su oferta
  - 9.- Puntos de auto información
  - 10.- Productos y servicios turísticos de destino: información y venta
  - 11.- Venta de ediciones turísticas y objetos de recuerdo
  - 12.- Fidelización de clientes y servicios post venta

- 13.- Elaboración de estadísticas
- 14.- Sondeo y prospección de las nuevas demandas y hábitos viajeros
- 3.Legislación en materia de información turística en España y en la Unión Europea
- 4.Tipos de Servicios o Centros de Información Turística
- 5.Comunicaciones internas de un Centro de Información Turística
- 6.Distribución externa de la información de un Centro de Información Turística
  - 1.- Publicaciones turísticas
  - 2.- Internet
  - 3.- Puntos de auto-información
  - 4.- Medios de comunicación
  - 5.- Otras posibilidades ofrecidas por las tecnologías de la información
- 7.Promoción de los servicios propios de un Centro de Información Turística
- 8.Técnicas de difusión y marketing electrónico
- 9.Relaciones con otras empresas y entidades del sector turístico
- 10.Redes de centros y servicios de información turística

## **UNIDAD DIDÁCTICA 2. RECURSOS MATERIALES EN SERVICIOS Y CENTROS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA**

- 1.Tipos de instalaciones:
  - 1.- Centros permanentes
  - 2.- Centros y puntos de información estacionales
- 2.Organización del espacio (en función del tipo de instalación): Zonas de prestación del servicio, de Consulta, de Auto información, de Trabajo Interno, de Exposición, de Almacén?)
- 3.Aspecto físico de los locales de información turística en función de su tipología y las nuevas técnicas de comunicación
- 4.Equipamiento de las instalaciones
- 5.Informatización de centros y servicios de información turística
- 6.Centrales y sistemas automatizados de reservas
- 7.Ubicación y accesos a los locales
- 8.Señalización interna y externa
- 9.Uniforme y equipamiento de los trabajadores
- 10.Ediciones y materiales de promoción e información en distintos soportes. Tipología, diseño y preparación

## **UNIDAD DIDÁCTICA 3. RECURSOS HUMANOS EN CENTROS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA**

- 1.Perfiles y funciones del personal de un Servicio de Información Turística:
  - 1.- Información presencial y telefónica
  - 2.- Informadores de calle

3.- Guías

4.- Administradores y gestores de la web

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. GESTIÓN ADMINISTRATIVA**

1. Tipos de documentos necesarios en un Centro o Servicio de Información Turística

2. Gestión de sugerencias, reclamaciones y quejas

3. Control estadístico

4. Seguros de viajes, visados, divisas y documentación bancaria

## **PARTE 3. INFORMACIÓN Y ATENCIÓN AL VISITANTE**

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. ORIENTACIÓN Y ASISTENCIA AL TURISTA**

1. Técnicas de acogida y habilidades sociales aplicadas al servicio de información turística

1.- Comunicación verbal

2.- Comunicación no verbal

2. Técnicas de protocolo e imagen personal

3. El informador como asesor de tiempo libre

1.- Personalización de la atención y acogida

2.- Adaptación de la información a los tiempos de estancia y consumo

3.- Adaptación de la información a las expectativas de viaje

4. Tipologías de clientes:

1.- Visitantes (turistas y excursionistas)

2.- Clientes internos (oferta del destino y población local)

3.- Gestión de tiempos de atención, gestión de colas y gestión de crisis

5. Medios de respuesta:

1.- Atención de solicitudes de información no presenciales: gestión de correo postal, e-mail y otras fórmulas derivadas de las tecnologías de la información

2.- Atención telefónica

3.- Gestión del sistema de sugerencias, quejas y reclamaciones

4.- Obtención de datos de interés para el servicio y estadísticas turísticas

6. Legislación en materia de protección al usuario

## **PARTE 4. DISEÑO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS**

### **TURÍSTICOS LOCALES**

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL SECTOR TURÍSTICO**

1. Origen y evolución histórica del fenómeno turístico. Factores que influyen en su desarrollo. Dinámica y evolución de los flujos turísticos: los nuevos hábitos viajeros

2. La organización del sector. El marco jurídico, económico y social. Administraciones Públicas competentes en materia de turismo

3. Oferta y demanda turística: recursos, servicios, equipamientos y productos turísticos

4. La estructura de comercialización en el sector

5. Proceso de creación, puesta en marcha, desarrollo y prestación de los servicios turísticos

## **UNIDAD DIDÁCTICA 2. ORDENACIÓN TERRITORIAL Y PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA**

1. Los planes de ordenación territorial y su incidencia en el desarrollo turístico. Normativas

2. Fuentes de información sobre oferta, demanda, estructura, evolución y tendencias de los productos turísticos locales

3. Análisis y aplicación de técnicas de identificación y catalogación de recursos turísticos

4. La investigación de mercados como instrumento de planificación en el sector. Métodos cuantitativos y cualitativos. Aplicaciones estadísticas

5. Análisis y aplicación de técnicas de planificación estratégica de productos y destinos turísticos. Posicionamiento estratégico frente a la competencia

6. Proceso de creación, puesta en marcha, desarrollo y prestación de los servicios turísticos

## **UNIDAD DIDÁCTICA 3. CREACIÓN Y DESARROLLO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS LOCALES**

1. Análisis comparativo y caracterización de los diferentes tipos de productos y servicios turísticos locales

2. Definición, redefinición y desarrollo de productos turísticos locales. Fases y ejecución. Diseño y desarrollo de servicios

3. Proyectos de creación, desarrollo y mejora de productos turísticos locales: oportunidad, viabilidad y plan de ejecución. Financiación de proyectos. Gestión de proyectos

4. Fases del ciclo de vida de un producto turístico local

5. Gestión de iniciativas turísticas

## **UNIDAD DIDÁCTICA 4. DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE**

1. Introducción al desarrollo sostenible: aspectos económicos, ambientales y socioculturales

2. El desarrollo sostenible para planificadores locales

3. La importancia del ambiente para el desarrollo turístico. Impactos ambientales

4. Surgimiento y desarrollo de la interpretación del patrimonio natural como herramienta para su preservación y adecuada utilización como recurso turístico

5. La gestión ambiental en turismo: consumo energético y agua, tratamiento de residuos, otros aspectos

6. Plan de mejora ambiental dentro de la política de calidad



## PARTE 5. INGLÉS PROFESIONAL PARA TURISMO

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN EN INGLÉS DE SERVICIOS TURÍSTICOS

1. Presentación de servicios turísticos: características de productos o servicios, medidas, cantidades, servicios añadidos, condiciones de pago y servicios postventa, entre otros
2. Gestión de reservas de destinos o servicios turísticos
3. Emisión de billetes, bonos y otros documentos propios de la comercialización de un servicio turístico
4. Negociación con proveedores y profesionales del sector de la prestación de servicios turísticos
5. Gestión de reservas de habitaciones y otros servicios del establecimiento hotelero
6. Cumplimentación de documentos propios de la gestión y comercialización de un establecimiento hotelero

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. PRESTACIÓN DE INFORMACIÓN TURÍSTICA EN INGLÉS

1. Solicitud de cesión o intercambio de información entre centros o redes de centros de información turística
2. Gestión de la información sobre proveedores de servicios, precios y tarifas y prestación de la misma a clientes
3. Prestación de información de carácter general al cliente sobre destinos, rutas, condiciones meteorológicas, entorno y posibilidades de ocio
4. Elaboración de listados de recursos naturales de la zona, de actividades deportivas y/o recreativas e itinerarios, especificando localización, distancia, fechas, medios de transporte o formas de acceso, tiempo a emplear y horarios de apertura y cierre
5. Información sobre la legislación ambiental que afecta al entorno y a las actividades de ocio que en su marco se realizan
6. Sensibilización del cliente en la conservación de los recursos ambientales utilizados
7. Recogida de información del cliente sobre su satisfacción con los servicios del alojamiento turístico

### UNIDAD DIDÁCTICA 3. ATENCIÓN AL CLIENTE DE SERVICIOS TURÍSTICOS EN INGLÉS

1. Terminología específica en las relaciones turísticas con clientes
2. Usos y estructuras habituales en la atención turística al cliente o consumidor: saludos, presentaciones y fórmulas de cortesía habituales
3. Diferenciación de estilos, formal e informal, en la comunicación turística oral y escrita
4. Tratamiento de reclamaciones o quejas de los clientes o consumidores: situaciones habituales en las reclamaciones y quejas de clientes
5. Simulación de situaciones de atención al cliente y resolución de reclamaciones con fluidez y naturalidad
6. Comunicación y atención, en caso de accidente, con las personas afectadas